
OPCIÓN A

1.- Nombre y explique los tipos de estrategia que se plantean las empresas multinacionales para entrar en los mercados extranjeros (2 puntos).

Estrategia exportadora: consiste en mantener la producción en el país de origen de la multinacional distribuyéndose en otros países la producción. Posibilitan, debido a las economías de escala en producción, la reducción de costes. Útil para empresas jóvenes o sin experiencia. Problema, costes de transporte.

Inversión directa: busca dispersar geográficamente la producción, reduce costes de transporte, se beneficia de los menores costes de producción en terceros países. Apta para empresas con fuerte actividad internacional.

2.- Diferencia entre estructura formal e informal (1 punto). Concepto de organigrama (1 punto).

La estructura de una empresa hace referencia a la distribución y al orden de sus partes, a la relación entre ellas y a la dependencia jerárquica. La estructura planeada o deliberada por la dirección de la empresa es la estructura formal. Pero en toda organización surge de forma espontánea la estructura informal como un conjunto de relaciones entre las personas y departamentos, de tipo no planeada. Facilita las relaciones entre las personas de la organización y mejora el funcionamiento de la empresa. Organigrama como reflejo gráfico de las personas, unidades organizativas y relaciones de dependencia, relacionado con la estructura formal.

3.- Concepto de ciclo de vida del producto. Nombre las etapas del ciclo de vida de los productos (1 punto) y explique las dos primeras (1 punto).

Los productos tienen un ciclo de vida, determinado por la evolución de las ventas.

Genéricamente se distinguen 4 etapas: introducción, crecimiento, madurez y declive

Introducción: comienza al lanzar un producto al mercado. Se caracteriza por un lento crecimiento de las ventas, pocas ventas. Posibilidad aparición de pérdidas dado que no hay posibilidad de economías de escala. Costes altos debido a esfuerzos en marketing.

Crecimiento: Fuerte crecimiento de las ventas al aumentarse el conocimiento del producto por el mercado. Posible disminución costes de producción. Aparecen competidores, se introducen nuevas versiones del producto que lo mejoran.

4.- Explique el significado de las principales masas patrimoniales del balance (Activo y Pasivo) (1 punto) y clasifique las siguientes dentro de cada una de ellas (1 punto):

a) Existencias:

b) Deudas a largo plazo:

c) Proveedores:

d) Inversiones financieras a largo plazo:

En el balance encontramos el activo y el pasivo. El **activo** está compuesto por los bienes y derechos propiedad de la empresa. Indica el destino de su financiación es decir, su inversión. Dentro de él podemos distinguir entre el activo corriente y el activo no corriente o fijo o inmovilizado. El **pasivo** lo constituye el conjunto de obligaciones de la empresa. De dónde se financia la empresa. A su vez dentro de él distinguimos entre pasivo corriente (exigible a corto plazo) y el pasivo no corriente o a largo plazo.

Clasificación de las masas patrimoniales:

- a) Activo corriente
- b) Pasivo no corriente o fijo
- c) Pasivo corriente
- d) Activo no corriente o fijo. Inversión financiera

5.- Una empresa se plantea comprar una furgoneta que le costaría 15.000 euros, lo que le permitiría generar unos flujos netos de caja de 5.000 euros cada año durante 4 años, incrementándose un 5% cada año a partir del primero. Sabiendo que el coste medio del capital es de un 10%. Calcule:

- El valor actual neto de la inversión (VAN) (0,5 puntos).
- Indique si es conveniente su realización (0,5 puntos).
- Calcule su plazo de recuperación (0,5 puntos).
- Plantee la TIR (0,5 puntos).

a) Cálculo de los Flujos Netos de Caja

Año 1: 5.000

Año 2: $5.000 + 0,05 \cdot 5.000 = 5.250$

Año 3: $5.250 + 0,05 \cdot 5.250 = 5.512,5$

Año 4: $5.512,5 + 0,05 \cdot 5.512,5 = 5.788$

$VAN(10\%) = -15.000 + 5.000/1,10 + 5.250/(1,10)^2 + 5.512,5/(1,10)^3 + 5.788/(1,10)^4 = 1.979$ euros

b) Si porque, es mayor que cero

c) PR= 3 años (2 años y 11 meses)

La recuperación se hará a lo largo del tercer año ya que

$5000 + 5250 + 5512,5 > 15000$

d) $TIR = -15.000 + 5.000/(1+r) + 5.250/(1+r)^2 + 5.512,5/(1+r)^3 + 5.788/(1+r)^4 = 0$

5512,5-----360días

4750-----X días

$$X = \frac{4750 \cdot 360}{5512,5} = 310 \text{ días}$$

El plazo de recuperación son 2 años, 10 meses y 10 días.

OPCIÓN B

1.- Explique el concepto (0,5 puntos) y los tipos de estrategias de expansión junto con un ejemplo cada una (1,5 puntos).

La expansión es una estrategia de crecimiento dentro del mercado-productos en los que la empresa ha venido operando de manera tradicional. Es un crecimiento de tipo horizontal. La expansión puede desarrollarse de las siguientes maneras: desarrollo de productos, desarrollo de mercado, penetración de mercado. El desarrollo de nuevos productos consiste en introducir nuevos productos en los mercados tradicionales (ejemplo yogur con fibra). El desarrollo de mercados consiste en introducir sus productos tradicionales en nuevos mercados (funcionales o geográficos) –ej. Cola-cao para adultos. Finalmente, la penetración de mercados consiste en vender más del producto de siempre en el mercado de siempre aumentando su cuota de ventas a través de acciones comerciales.

2.- Diferencias principales entre el reclutamiento y la selección de personal (1 punto). ¿Qué papel juega el curriculum vitae? (1 punto).

Ambas son funciones dentro de la gestión de RRHH. El reclutamiento forma parte del proceso de selección de personal y consiste en localizar y persuadir a las personas idóneas para que presenten su candidatura a la empresa. La selección es un proceso mediante el cual se trata de

elegir, entre todos los candidatos, al más adecuado al puesto. El currículum vitae forma parte del proceso de selección, es básico para evaluar al candidato.

3.- Objetivo de la comunicación (0,5 puntos). Enumere las variables de la comunicación (1 punto) y ponga un ejemplo de cada una (0,5 puntos).

La comunicación es una variable del Marketing-Mix que trata de hacer conocidos a los clientes los productos que fabrica o vende la empresa. Trata de comunicar su existencia, principales características y funciones. La comunicación a su vez suele hacerse combinando varias variables: Publicidad (anuncio a través de la TV de un producto), Promoción de ventas (dos por uno), Relaciones Públicas (patrocinio de eventos deportivos), Venta Personal o fuerza de ventas (vendedores que van por las casas haciendo demostraciones), Marketing Directo (venta por catálogo), Merchandising (decoración llena de panes de la sección de panadería).

4.- Una empresa dedicada a la venta minorista presenta la siguiente información relativa a los sub-periodos medios de su ciclo de explotación. Suponiendo un año comercial de 360 días, que las ventas medias son de 60.000 euros, para un saldo medio de clientes es de 6.000, calcule:

Sub-periodo	Días	Rotación
Aprovisionamiento	3	?
Venta	?	3
Cobro	?	?

a) Todos los sub-periodos medios de rotación y rotaciones que no aparecen dados en la tabla (1 punto) así como el periodo medio de maduración de la empresa (0,5 puntos).

b) Indique el significado económico de cada sub-periodo, de la rotación de cobro y del ciclo económico (0,5 puntos).

a) Sub-periodos medios

Aprovisionamiento: 3 días

Rotación de existencias almacén: $360/3=120$ veces

Venta: $p.m.v=360/\text{Rotación de las ventas}=360/3=120$ días

Cobro: $p.m.c.=360/\text{Rotación cobro}=360/10=36$ días

Rotación de cobro= Volumen anual de ventas/Saldo medio deudas clientes
 $=60.000/6.000=10$

$p.m.m= 3+120+36= 159$ días

b) $p.m.a=$ Tiempo medio en el que las materias primas permanecen en el almacén a la espera de ser utilizadas

$p.m.v=$ Tiempo medio que se tarda en lograr la venta de los productos una vez fabricados

$p.m.c.=$ Tiempo medio que se tarda en cobrar a los clientes

$p.m.m.=$ Suma de los tres sub-periodos anteriores. Tiempo que dura el ciclo de explotación desde que las materias primas entran en el almacén hasta que se cobran las facturas de los clientes.

Rotación de cobro= Número de veces que los clientes pagan las deudas con la empresa en un año

5.- Una empresa posee unos fondos propios de 40.000 euros (de ellos, 30.000 euros se corresponden con el capital social –compuesto por 10.000 acciones-). Ante las necesidades financieras motivadas por la crisis económica, la empresa MADEGARS necesita dar entrada a nuevos socios de manera que consiga 6.000 euros para hacer frente a sus nuevas inversiones, para ello emite acciones a la par, es decir, al valor nominal.

Calcule:

a) Valor nominal de las acciones, el valor de las acciones antes y después de la ampliación (1 punto).

b) Calcule el valor del derecho preferente de suscripción (1 punto).

a) Fondos propios: capital social 30.000 euros (10.000 acciones por 3 euros valor nominal) +
10.000 prima de emisión=40.000 euros

VN acciones: $30.000/10.000 = 3$ euros

Valor teórico de la acción antes de la ampliación: $40.000/10.000$ acciones = 4 euros

Valor teórico de la acción después de la ampliación: $46.000/12.000$ acciones=3,83 euros

b) Valor del derecho de suscripción= $4-3,83=0,17$ euros